



El español - la empresa multinacional

El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual

Cancino, Rita

Published in:
Sociedad y discurso, AAU

Publication date:
2006

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Cancino, R. (2006). El español - la empresa multinacional: El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual. *Sociedad y discurso, AAU*, (10), 109-120. <http://www.discurso.aau.dk>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

El español - la empresa multinacional: El impacto de la lengua y cultura española en el mundo actual

Rita Cancino
(Aalborg Universitet)

1. Introducción

Entre las muchas grandes lenguas del mundo, el chino, el hindú, el inglés y el español ocupan las primeras posiciones. De éstas, las dos primeras son propiamente lenguas nacionales, aun cuando su alcance geográfico ha crecido al ritmo de la migración, y representan ante todo las visiones particularistas de culturas milenarias. El inglés, en cambio, se ha transformado en una lengua universal, en el idioma de la globalización y de la expansión planetaria de la cultura y los valores occidentales.

Según Miquel Siguan (2005:152):

Algunas de las lenguas más habladas lo son de un solo país. Éste es el caso del hindi, del japonés, del ruso o del bengalí. Incluso el chino, la lengua más hablada, es la lengua oficial de un solo país. [...] Otras lenguas en cambio, son lenguas de distintos países, lo que aumenta su presencia internacional. El inglés es lengua oficial o cooficial de unos 45 países soberanos, el francés de 30 y el español de 25.

Actualmente, más de 400 millones de personas tienen al inglés como lengua materna, 300 millones más lo hablan como segunda lengua, y entre 500 y 750 millones más poseen ciertos rudimentos del idioma.¹ La influencia del inglés no se mide sólo en números; el poder económico, político, científico, tecnológico y cultural de los Estados Unidos ha determinado que el inglés sea la lingua franca de la diplomacia y el comercio internacional, de las telecomunicaciones y el Internet, de la cultura de masas y los debates académicos. Sus vocablos y su sintaxis han invadido a todas las lenguas del mundo, sus referencias culturales se han insertado en la imaginación de millones. El inglés se ha vuelto, en la acepción más amplia del término, una lengua imperial.

¹ Zinser, Adolfo Aguilar: *Globalidad en español*. Reforma 2000

El español es, en cambio, una anomalía en el paisaje lingüístico mundial. Según Aguilar Zinser (2000) el español *Es la lengua, no de un espacio dominante, sino de naciones periféricas que juegan un papel relativamente marginal en la economía global, en los asuntos políticos mundiales y en la producción de ciencia y tecnología.*²

Sin embargo, el español es también ~~lengua~~ ^{lengua} universal, un idioma en continua expansión. Casi 450 millones de personas hablan el español en los 21 países donde es la lengua oficial; en el resto del mundo, 100 millones de personas lo tienen como lengua materna o lo han adoptado como su segundo idioma.³ De hecho, el español ha tenido sus mayores progresos en los Estados Unidos. Desde hace una década, el español suplantó al francés como el idioma extranjero más popular en las escuelas y universidades norteamericanas.

2. Lengua es economía: Los Seminarios de 2006 sobre el Valor Económico del Español.

En junio de 2006 se celebró el primer seminario en Sevilla sobre el valor económico del castellano, concretamente mediante la elaboración de una fórmula que permita cuantificar ese valor antes de 2008. Esta investigación académica se puso en marcha en 2005 por iniciativa de Fundación Telefónica.

Las sesiones intentarán analizar el valor de la lengua desde distintos puntos de vista como las migraciones, la industria cultural o la de las telecomunicaciones, además de redactar un primera cartografía del español. Este mapa detallado de la lengua en el mundo es un primer paso de la investigación general y establecerá el número de hablantes de español, su distribución geográfica y las tendencias demográficas de los diferentes grupos de hispanohablantes.⁴

El español es una de las pocas lenguas realmente multinacional del mundo y actualmente está expandiéndose rápidamente en Estados Unidos con actualmente

² Zinser, Adolfo Aguilar: *Globalidad en español*. Reforma 2000

³ Fasanello, Daniela: *El español en el mundo: 359 millones de habitantes en el dominio hispánico*. Comunidad. 29.10.2006

⁴ Noceda, Miguel Angel: *Una potencia de 440 millones de hablantes*. El Pais.Com. 05.11.2006

aprox. 40 millones de hablantes (2006), hasta el punto de propiciar un debate lingüístico en ese país, el primero de su historia de estas características. La situación no es del todo nuevo ya que en el inicio de la historia moderna, durante el Renacimiento, se convirtió en una de las principales lenguas de Occidente y del mundo. Lo que es nuevo es su rendimiento económico. El castellano es una verdadera mina de oro para las modernas industrias del ocio y la comunicación (discos, radio, televisión, enseñanza, cine, prensa, internet, edición...). Sólo el inglés, junto con el árabe, el inglés y el chino, ofrece a estas mismas industrias una posición mundial más ventajosa.⁵ En España, tradicionalmente el valor de la lengua castellana se ha fundado en su legado literario y en las comunidades bilingües se enfatizaba la imposición obligatoria de modo que conectaba con un pasado represivo. Ahora, poco a poco la lengua castellana aparece en cambio como un mundo de posibilidades.

Sin embargo, entre España y los países de Hispanoamérica debe haber un respeto más acentuado ya que en general, cuando se habla del idioma español, en España se entiende la lengua castellana y no el español que se habla en los diferentes países de Latinoamérica. Como dijo el escritor chileno Jorge Edwards: *El español es el idioma común que nos desune*. En una época pasada no muy lejana se quejaba de la exigencia de algunas editoriales españolas de traducir al español las novelas de autores latinoamericanas. Se pretendía sustituir vocablos perfectamente españoles, pero en desuso en España, por otros que sí se utilizaban en la *madre patria*.⁶

Aunque resulta prácticamente imposible cuantificar el valor económico de una lengua, el profesor Ángel Martín Municio estimó en 2003 el valor en el 15% del PIB de España, sumando todas las actividades relacionadas con la lengua, o sea aprox. 150.000 millones de euros⁷. Ese valor se refleja en hechos intangibles: facilita la integración social y laboral de los inmigrantes que recalán en países que hablan su idioma (España principalmente) o lo tienen muy desarrollado (EEUU). De los cuatro millones de inmigrantes de España, el 40% son de países que hablan español. El valor se refleja en las remesas que esos inmigrantes envían a sus países; en las

⁵ Noceda, Miguel Angel: *Una potencia de 440 millones de hablantes*. El Pais.Com. 05.11.2006

⁶ Ibid.

⁷ Ibid.

posibilidades de entablar relaciones comerciales; en las solicitudes de aprendizaje del idioma y en el desarrollo de la Red que permite su difusión.⁸

En noviembre de 2006 se celebró el Segundo Seminario sobre el Valor Económico del Español en Montevideo, Uruguay. Una de las conclusiones del seminario fue que el idioma español es un valor en alza en el siglo XXI y una fuente creadora de riqueza con enormes potencialidades.

El español como idioma global ha empezado su camino ya que está en aumento a ambos lados del Atlántico. Crece en Europa donde ya es segunda lengua elegida por estudiantes ingleses y franceses. Crece en Brasil, que con una población de 190 millones de habitantes, implica un gran potencial de expansión y donde además el español ha sido instaurado como enseñanza obligatoria.

En Estados Unidos crece imparablemente donde, con más de 40 millones de hispanohablantes está cerca de situarse como el segundo país donde más se habla español, después de México. Además el español tiene la ventaja de ser una lengua joven y dinámica que combina más de mil años de historia con la dinámica de los millones de jóvenes que lo hablan cada día. La mitad de la población de América Latina es menor de 25 años. En EEUU cada uno de cada cinco menores de 20 años es de origen hispano.

3. El Español en Internet

La Web aparece como gran y poderoso vehículo de la lengua. Y sin embargo, representa uno de los lados flacos del español. La lengua española es minoritaria en la Red aunque existen 81 millones de páginas Web en el dominio lingüístico del español. Un informe *La difusión del Español en Internet* realizado por la consultora Accenture para la Fundación Caja de Burgos y la Fundación de la Lengua Española resalta el desequilibrio entre los contenidos de españoles en relación con el número de usuarios hispanohablantes. Sólo el 4,6% de las páginas están escritas en español: el 45% en inglés.⁹ El español junto con el francés muestra un estancamiento en la Red lo que muestra que el predominio tecnológico que poseen algunos países y

⁸ Ibid

⁹ Coullat. A: *Internet no habla español*. Radio Tierra. 30.09.06

áreas lingüísticas puede poner en peligro otras lenguas. El 90% de los idiomas no están incorporados a Internet.¹⁰

Puede extrañar que sea idioma minoritario ya que durante los últimos cinco años el número de usuarios en Internet creció entre un 375% y 337% en España y Latinoamérica, respectivamente. El porcentaje de los usuarios de Internet en España es del 38%, por debajo de la media europea que es del 49%. El de los países de América Latina es del 14%.¹¹ Una de las razones que explica la limitada representación del español y número de páginas en español es la pobreza de muchos de los países del área hispanohablante y, como consecuencia, la fuerte emigración.

El número de páginas Web en español está por debajo del que le correspondería por número de usuarios. Si se divide el número de usuarios por el número de páginas del mismo idioma, el inglés tiene el ratio más elevado con un 1,47, después se coloca el francés con un 1,25 y el alemán común 1,23. El de España, con un 0,58, es casi la mitad que el francés o el alemán.¹²

Para lograr un avance el informe propone potenciar el comercio electrónico. El volumen de transacción entre España y América Latina es muy pequeño. Además se concluyó que en un mundo en constante movimiento que compite en la investigación, el desarrollo y la innovación, una paso clave para el ascenso del español global sería su inserción en la *sociedad de la información* ya que la presencia del español en Internet todavía es bastante baja. Menos del 5% de las páginas del Internet están escritas en español, mientras que el inglés es la lengua de casi la mitad de los sitios Web.¹³

Gracias a los medios electrónicos e Internet, se ha formado ya una comunidad hispanohablante mundial, ansiosa por consumir los productos de la lengua y cultura española. Las empresas tienen ya acceso a ese inmenso mercado potencial que rebasa con mucho las fronteras tradicionales del mundo hispano.

¹⁰ Noceda, Miguel Angel: *Una potencia de 440 millones que hablan español* El Pais.Com. 5.11.2006

¹¹ Ibid.

¹² Ibid.

¹³ Ibid.

4. El valor económico del español

En el mundo de negocios el idioma español ya ha demostrado su papel importante, desde el punto de vista de inversiones, ya que es mucho más fácil para las empresas españolas invertir en países que hablan el mismo idioma. En la década de los 1990 España se convirtió en el primer inversor extranjero en Hispanoamérica.¹⁴ El español como lengua común estimula las transacciones internacionales entre los países miembros de la Comunidad Iberoamericana, al reducir costos y aportar una mayor confianza en las relaciones. Esto ha quedado muy claro con la penetración de las empresas españolas en Iberoamérica durante los últimos años.¹⁵ Según Rogelio Velasco, catedrático de Economía de la Universidad de Granada *una lengua tiene importancia desde el punto de vista económico si la tienen las economías de los países que la hablan*¹⁶ También quedo claro que si no hay una estrategia conjunta de los países que lo hablan, no sirve de nada.

La importancia de la lengua se nota también respecto a la inmigración y los inmigrantes provenientes de América Latina, cuya mayoría elige España como destino por serles más fácil la integración social y el acceso al mercado de trabajo. La lengua es un factor en la selección de destino, ya que reduce costes e incertidumbres y facilita la integración en el mercado de trabajo. De los cerca de cuatro millones de inmigrantes registrados en España, el 40% proviene de países con el español como lengua propia. Esa ventaja del idioma en la emigración genera también beneficios para el país receptor como se puede ver en la aportación al PIB español.¹⁷

Un idioma, con el que se hace cine, música y en que se escribe no puede evitar de dejarse huellas económica- y culturalmente. En Estados Unidos, la música popular, las artes plásticas y la literatura han recibido un poderoso influjo de las comunidades latinoamericanas en años recientes; esa influencia ha cubierto al

¹⁴ Municio, Angel Martín: *El valor económico de la lengua española*. Madrid, 2003. Espasa Calpe.

¹⁵ Coronilla, Rosa: *El idioma española aspira a compartir el trono con el inglés*. Cinco Dias.com

¹⁶ Noceda, Miguel Angel: *Una potencia de 440 millones que hablan español* El Pais.Com. 5.11.2006

¹⁷ Ibid.

español de un manto protector, le ha dado carta de naturalización en la sociedad norteamericana. Ya no es, en sentido estricto, una **lengua** extranjera en los Estados Unidos, ya no actúa como un polo antagónico de la cultura anglosajona, sino como una parte consustancial de la sociedad norteamericana.

Hace algunos años Cuadernos Cervantes pretendió crear una organización que se llamó: *Español Recurso Económico*, una plataforma para agrupar as diferentes actividades económicas que utilizan el español como herramienta básica de trabajo. Se definieron los siguientes sectores:¹⁸ Servicios lingüísticos: planificación lingüística, servicios lexicográficos, documentación, terminología, in-traducción y ex traducción. La enseñanza de español para extranjeros. Los productos editoriales para la enseñanza del español. El sector editorial. El sector audiovisual y el sector musical.

Resulta ahora que algunos de los sectores mencionados se destacan en el mundo industrializado y globalizado: La cultura popular está cada vez más influenciada de sonidos, imágenes y sabores hispánicos. Cantantes como Ricky Martín (Puerto Rico) y Enrique Iglesias (España) para no mencionar a Shakira (Venezuela) lo muestran claramente con su enorme venta de discos. Actores como Antonio Banderas y Penélope Cruz son personajes muy famosos ahora en el mundo de las estrellas de cine y directores de cine como Almodóvar consigue con facilidad premios mundialmente famosos y prestigiosos como los Oscar; en 2006 obtuvo un Oscar con la película *Volver* con la actriz Penélope Cruz que también obtuvo el mismo premio.

El mercado editorial español es el quinto más importante del mundo y el tercero en la Unión Europea, sólo por detrás de Reino Unido y Alemania. Los editores españoles protagonizan un 57% de las exportaciones de libros en el mercado europeo.¹⁹

También otros sectores se dejan notar. Dentro del mundo de la moda y de la ropa el Grupo gallego Inditex está batiendo records con su número de tiendas de

¹⁸ Berdugo, Oscar: *Anatomía de un nuevo sector*. Cuadernos Cervantes

¹⁹ Noceda, Miguel Angel: *Una potencia de 440 millones que hablan español* El Pais.Com. 5.11.2006.

ropa de moda, en particular con las tiendas Zara; Inditex está en 2005 presente en 60 países²⁰. Una visita en cualquier ciudad española también incluye una visita a una tienda Zara para comprar ropa bonita y de moda. Con su concepto único de varias colecciones de ropa al año y un número limitado de cada modelo siempre es atractivo ir a mirar lo que está ahora en las tiendas. Treinta años después de su nacimiento, Zara ha entrado a formar parte de las marcas más prestigiosas del mundo. En 2005 entró en el Top 100 Global Brands Scoreboards, una lista que agrupa a las 100 marcas más renombradas del mundo, elaborada por el seminario Business Week y la consultora de marca Interbrands. La gran mayoría de las marcas son norteamericanas; la marca Zara está situada en el puesto 77 y los autores del estudio le atribuyen un valor de marca de 3.730 millones de dólares.²¹ Otra marca famosa española es Mango y actualmente apenas existe un país sin tiendas de la una o de la otra marca.

Después de muchos años del régimen de la cocina francesa y después la italiana, ahora la cocina española ha llegado a obtener la fama que merece en el mundo con sus ricos platos de comida. La tradición de la tapa se ha extendido a todo el mundo y hay bares de tapas en cualquier ciudad grande. El vino español está conquistando de nuevo los mercados con los vinos exquisitos de p.ej. Galicia y la Rioja. Los jamones, los quesos y los chorizos se venden por todo el mundo acompañados del buen aceite español, las aceitunas etc. También se podría mencionar la comida mexicana con sus fajitas, tortillas, encilladas, quesadillas y burritos que ya está bien implantada en tanto Europa como Estados Unidos.

A pesar de que la comunidad iberoamericana tiene cada vez más influencia, la imagen que exporta es rentable, pero no famosa. España es ahora el octavo-noveno poder económico mundial y sin embargo, un estudio realizado en Japón por el Real Instituto Elcano demuestra que *Made in Spain* no está tan bien considerado internacionalmente como se cree.²² Según esta encuesta dos de cada tres nipones no aceptaría, bajo ninguna circunstancia, casarse con un español. Esto se debe a que los japoneses consideran a España un país de bajo nivel educativo, prácticamente rural, donde, además se trabaja muy poco. Desgraciadamente, es una creencia

²⁰ Zara: *Por la marca me conocerás*. Buen Gobierno. Octubre 2005

²¹ Juárez, Ana Sanchez: *Hermano Logo*. El País.Com. 12.11.2006

²² Blanco, Adriana: *Un 'negocio' con futuro*. Expansión.com. 23.06.2006

generalizada. La lengua española no deja de expandirse, pero el país tiene un *problema de marca* cuya raíz está en sus propias fronteras.²³

5. El español: Segunda lengua global y un negocio con futuro

Como queda mencionado el español es la cuarta lengua más hablada y el segundo idioma de comunicación internacional, después del inglés. El aumento de 32 millones de hablantes desde 1998 sigue llamando la atención de estudios internacionales, y especialmente de los de la UNESCO que afirma que en un plazo de aproximadamente 45 años la cuarta parte de la población mundial hablará español y esto para realizar importantes transacciones económicas.²⁴ Sin embargo, también hay retos. La UNESCO recuerda que las lenguas principales europeas experimentan un declive notable en el uso científico y tecnológico que sólo beneficia al inglés. Tampoco se deben olvidar los problemas con la falta de inserción del español en *la sociedad de información*.²⁵

La vitalidad del español en años recientes se explica en primer término por el crecimiento demográfico. Desde 1900, el número de habitantes de los países hispanohablantes de América se ha multiplicado por siete y buena parte de ese incremento ha tenido lugar en los últimos 50 años. Si bien las tasas de natalidad han disminuido en el último cuarto de siglo, la dinámica poblacional le asegura al español un crecimiento sostenido en el futuro previsible. Por otro lado, las migraciones masivas hacia naciones industrializadas han extendido el alcance del español y de su área de influencia. La presencia de hispanohablantes en los países centrales, particularmente en Estados Unidos, ha tenido un efecto paradójico: por un lado, su identidad lingüística se ha visto sometida a la presión de la cultura dominante y puede perderse al cabo de una generación; sin embargo, los hispanohablantes, en razón de sus números crecientes, han terminado por incidir en las tendencias culturales de los países de acogida.

En el país de los negocios que es Estados Unidos, los miembros de la comunidad hispana ya parecen haberse dado cuenta de que quien hable español

²³ Ibid

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid.

puede ganar más dinero que el que sólo habla inglés. El español puede considerarse una empresa multinacional: los beneficios que genera el hecho de que los países iberoamericanos puedan participar en la toma de decisiones a nivel mundial son comparables a los de cualquier gran empresa.²⁶

En España han sido escasas las investigaciones de economía llevadas a cabo en torno a la lengua, pero resulta que la lengua española rinde unos ingresos que en porcentaje del producto interior bruto es mayor que el turismo y cercano al conjunto de las industrias culturales. Entre las mismas cabe citar la cuantificación económica del español dirigida por Martín Municio: *El valor económico de la lengua española*, Espasa Calpe, 2003, que fija en torno al 15 % del PIB el peso económico de la lengua.

²⁷ Además fueron determinados 180 productos y 70 servicios que no podrían existir sin la lengua española. El estudio comprende el período que va de 1995 a 2001 y fue realizado por un equipo de catedráticos e investigadores, dirigidos por el recientemente fallecido Ángel Martín Municio. Del 15% del PBI que representa la lengua, el 30% del mismo está dado por la enseñanza, el 19% por la publicidad, el 17% por las telecomunicaciones, 12% por la administración y 7% por la cultura.²⁸

La demanda de enseñanza del español en términos comerciales ha crecido espectacularmente. Las matriculas del Instituto Cervantes en los centros que tiene repartidos por todo el mundo crecieron de 81.700 en el curso de 2002-2003 a 93.000 en el curso de 2003-2004. En Estados Unidos, casi el 60% de los estudiantes de lenguas modernas escoge el español en *college*. El número en doctorados en Spanish Language and Literature superó en la década de 1990 al de doctorados equivalentes en francés y alemán.²⁹

6. Conclusiones

No cabe duda de que la lengua español *per se* ofrece un sinfín de posibilidades de aportar dinero no sólo como lengua de enseñanza en las academias de lenguas

²⁶ Blanco, Adriana: *Un 'negocio' con futuro*. Expansión.com. 23.06.2006

²⁷ Lucena, Manuel: *Segunda lengua global*. ABC, 23.10.2006.

²⁸ Fraga, Rosendo: *La lengua española tiene valor económico*. Interlink. 5.09.2003

²⁹ *Economía Lingüística*. Amistad Europea Universitaria. 23.06.2006

por todo el mundo, pero también como lengua de negocios y de comunicación. También otros sectores se verán beneficiados por medio de la lengua ya que facilita las relaciones comerciales entre los países hispanohablantes. Hasta ahora en particular ha sido España que ha sacado provecho como inversor en Latinoamérica y receptor de inmigrantes que han contribuido positivamente al PIB español.

A nivel mundial, entre la población hispanohablante sigue habiendo un fuerte debate entre la *lengua española* o la *lengua castellana*. Lo que se necesitará en el futuro será un debate sobre qué español será el español de la enseñanza en el extranjero o una aceptación mutua entre los diferentes países del mundo hispano del español en la versión y con los matices que se ofrezca por parte de los diferentes países hispanohablantes.

Bibliografía

Berdugo, Oscar (2006): Anatomía de un nuevo sector. *Cuadernos Cervantes*. (Sacado 12.12.2006) http://www.cuadernos cervantes.com/ele_30_esprececonom.html

Blanco, Adriana (2006): Un 'negocio' con futuro. *Expansión.com* 23.06.2006. (S a c a d o 4 . 1 2 . 0 6)
 www.expansión.com/edición/económica_y_política/sociedad_y_cultu...

Coronilla, Rosa: El idioma española aspira a compartir el trono con el inglés. Cinco Dias.com

Fasanello, Daniela (2006): El español en el mundo: 359 millones de habitantes en el dominio hispánico. *La Republica.Com*. 29.10.006.
 [ww.republica.com .uy/lr3/?a=nota&n=227853&e=2006-10-29](http://www.republica.com.uy/lr3/?a=nota&n=227853&e=2006-10-29) (Sacado 4.12.06)

Zara: Por la marca me conocerás. *Buen Gobierno*. Octubre 2005 (Sacado 4.12.06)

Lucena, Manuel (2006): Segunda lengua global. ABC, 23.10.2006 (Sacado 4.12.06)
 <http://www.espanol.kiev.ua/foro/viewtopic.php?p=57&sid=30aee5e87a9bbae42463a>

Juárez, Ana Sanchez (2006): Hermano Logo. *El Pais.Com*. 12.11.2006
http://www.elpais.com/articulo/portada/Hermano/logo/elpepspor/20061112elpepspor_19/Tes/

Municio, Angel Martín: *El valor económico de la lengua española*. Madrid, 2003. Espasa Calpe.

Coullaut, A (2006): Internet no habla español. *Radio Terra*. 30.09.06.
www.radiotierra.com/?q=node/152 (Sacado 4.12.2006)

Muñoz Pedreño, Andrés (2006): El valor económico del español. *Experto Tec*. Mayo 2006. <http://tecnologia.universia.es/experto/valoreconomico.htm> (Sacado 4.12.06)

Economía Lingüística. Amistad Europea Universitaria. 23.06.2006. (Sacado 4.12.2006)

http://blogs.periodistadigital.com/aeu.php/2006/06/23/economia_linguistica

Siguan, Miquel (1996, 2005): *La Europa de las lenguas*. Madrid. Alianza Editorial.

Zinser, Adolfo Aguilar (2000): *Globalidad en español*. *Reforma*, 06 octubre 2000 (Sacado 4.12.06)

<http://66.249.93.104/search?q=cache:X3Vz7y7Olh8J:jherrerapena.tripod.com/politica1/aguilar.html+Lengua+espanola+y+la+globalizacion&hl=da&gl=dk&ct=clnk&cd=134>